

**IMPLEMENTASI METODE IPD (*ISLAMIC PEOPLE DISCUSS*) SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN BANK SYARI'AH DENGAN BERPEGANG
PRINSIP HARAMNYA RIBA**

SKRIPSI

Oleh :

Kartinningrum

NIM : G94217176



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Kartinningrum, G94217176), menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*Plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali, secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya tulis dan saya buat dengan sebenar-benarnya sesuai dengan akal sehat dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Surabaya, 29 April 2021

Tanda tangan diatas



Kartinningrum
NIM : G94217176

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Kartinningrum NIM : G94217176 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 29 April 2021

Pembimbing



Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag., M. Si.

NIP. 197311171998031003

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Kartinningrum NIM G94217176 ini telah dipertahankan didepan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada tanggal **10 Juli** 2021, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu dalam ilmu Ekonomi Syaria'ah.

Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I,

Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag., M.Si.
NIP. 197311171998031003

Penguji II,

Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M.
NIP. 197507032007012020

Penguji III,

Hanafi Adi Putranto, S.Si., S.E., M.Si.
NIP. 198209052015031002

Penguji IV

Mochammad Andre Agustianto, Lc., M.II.
NIP. 199008112019031007

Surabaya, **1 September** 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kartinningrum
NIM : G94217176
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : kartinningrumtino@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

IMPLEMENTASI METODE IPD "ISLAMIC PEOPLE DISCUSS" SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN BANK SYARIAH DENGAN BERPEGANG PRINSIP HARAMNYA RIBA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juli 2021

Penulis

(KARTINNINGRUM)

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) diatur dengan baik dan berdasar dengan konsep *Islamic People Discuss*. Penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) bisa sebagai strategi Pemasaran akan tetapi masih perlu diperbaiki lagi untuk Pelaksanaannya. Untuk penerapan pertama ini respon masyarakat positif tapi juga ada yang kurang setuju, hal tersebut akan dijadikan untuk perkembangan kedepannya. Pada dasarnya bank syariah menerapkan prinsip haramnya riba, tapi pada penerapan metode IPD

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) diatur dengan baik dan berdasar dengan konsep *Islamic People Discuss*. Penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) bisa sebagai strategi Pemasaran akan tetapi masih perlu diperbaiki lagi untuk Pelaksanaannya. Untuk penerapan pertama ini respon masyarakat positif tapi juga ada yang kurang setuju, hal tersebut akan dijadikan untuk perkembangan kedepannya. Pada dasarnya bank syariah menerapkan prinsip haramnya riba, tapi pada penerapan metode IPD

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) diatur dengan baik dan berdasar dengan konsep *Islamic People Discuss*. Penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) bisa sebagai strategi Pemasaran akan tetapi masih perlu diperbaiki lagi untuk Pelaksanaannya. Untuk penerapan pertama ini respon masyarakat positif tapi juga ada yang kurang setuju, hal tersebut akan dijadikan untuk perkembangan kedepannya. Pada dasarnya bank syariah menerapkan prinsip haramnya riba, tapi pada penerapan metode IPD

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) diatur dengan baik dan berdasar dengan konsep *Islamic People Discuss*. Penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) bisa sebagai strategi Pemasaran akan tetapi masih perlu diperbaiki lagi untuk Pelaksanaannya. Untuk penerapan pertama ini respon masyarakat positif tapi juga ada yang kurang setuju, hal tersebut akan dijadikan untuk perkembangan kedepannya. Pada dasarnya bank syariah menerapkan prinsip haramnya riba, tapi pada penerapan metode IPD

2.4 Konsep Riba..... 35

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.....	47
3.2 Kerangka Konseptual	48
3.3 Sumber Data	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Teknik Pengolahan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.7 Uji Keabsahan Data	57

BAB 4 IMPLEMENTASI METOD IPD (*Islamic People Discuss*)

SEBAGAI STRATEGI PEMSARAAN BANK SYARI'AH DENGAN PRINSIP HARAMNYA RIBA

4.1 Bank Mitra Syari'ah Kantor Cabang Gresik.....	60
4.2 Strategi Pemasaran Bank Mitra Syari'ah	71
4.3 Konsep Metode IPD (<i>Islamic People Discuss</i>).....	78
4.4 Penerapan Metode IPD (<i>Islamic People Discuss</i>).....	80

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Implementasi Metode IPD (<i>Islamic Pople Discuss</i>) sebagai Strategi Pemasaran Bank Syari'ah.....	93
5.2 Analisis Konsep Metode IPD (<i>Islamic Pople Discuss</i>) Sebagai Strategi Pemasaran Bank Syari'ah	95
5.3 Analisis Respon Masyarakat Terhadap Metode IPD (<i>Islamic People Discuss</i>).....	98
5.4 Analisis Prinsip Haramnya Riba pada Penerapan Metode IPD (<i>Islamic People Discuss</i>)	100

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan 103

Seiring dengan pertumbuhan perbankan syariah, dinamika persaingan antara pelaku bank syariah yang semakin meningkat berdampak pada *competitive advantage* yang dimiliki oleh bank syariah semakin tidak *sustainable*. Oleh karena itu, lembaga keuangan perbankan syariah dituntut untuk melakukan upaya pembaharuan yang tiada akhir (*unending improvement*) agar dapat menjadi pelaku utama pada segmennya

Meskipun agama merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah bank syari'ah, masih banyak alasan dan faktor-faktor lainnya yang mampu mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah bank syari'ah. Salah satunya yakni strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syari'ah melalui bauran pemasaran atau dikenal dengan *marketing mix*. Didalam bauran pemasaran meliputi kebijakan produk, harga, promosi, tempat dan saluran distribusi, pelayanan, pegawai, proses pelayanan dan bentuk fisik kantor bank syari'ah. Sehingga dari bauran pemasaran tersebut nasabah dapat terpengaruh untuk mau berhubungan dengan bank syari'ah untuk menjadi nasabah bank syari'ah. Bauran pemasaran dinilai dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk mau menjadi nasabah bank syari'ah. Dengan demikian, hal ini akan selalu berhubungan dengan perilaku konsumen dalam melakukan proses pengambilan keputusan dalam memilih bank syari'ah.

[illegible]

Penelitian ini berfokus pada sebuah metode yang bisa digunakan sebagai strategi pemasaran perbankan syariah yakni dengan menggunakan metode IPD (*Islamic People Discuss*) dengan prinsip syariah dan tidak melanggar syariat Islam. Metode IPD (*Islamic People Discuss*) merupakan metode yang dirancang dalam bentuk organisasi yang terdiri dari kelompok masyarakat. Metode IPD (*Islamic Parent Discussion*) menekankan pada sektor perekonomian syariah dengan melihat perkembangan usaha perbankan syariah di Indonesia. Tujuan dari metode ini adalah untuk menambahkan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat Indonesia tentang perbankan syariah yang diharapkan berkontribusi untuk meningkatkan perkembangan perbankan syariah

Alasan peneliti melakukan penelitian di Bank Mitra Syari'ah Kantor Cabang Gresik yakni karena bank mitra syari'ah merupakan bank syari'ah swasta yang masih belum begitu lekat dengan masyarakat dibandingkan dengan bank syari'ah swasta lainnya. Oleh karena itu, penulis melihat dengan banyaknya jasa keuangan perbankan syari'ah yang bermunculan akan tetapi bank mitra syari'ah ini sendiri masih belum dikenal oleh kalangan masyarakat terutama masyarakat menengah kebawah yang hidup di pedesaan. Dari latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana implementasi metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran bank syari'ah serta respon masyarakat terhap adanya metode tersebut sebagai strategi pemasaran bank syari'ah. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Metode IPD (*Islamic People Discuss*) Sebagai Strategi Pemasaran Bank Syari'ah Dengan**

Kajian pustaka merupakan suatu ringkasan dari penelitian yang sudah pernah dilakukan yang menyerupai masalah yang akan diteliti, sehingga terlihat bahwa kajian peneliti bukan suatu pengulangan ataupun duplikasi dari penelitian yang sudah ada. Penelitian yang berjudul “ **Implementasi Metode IPD (*Islamic People Discuss*) Sebagai Strategi Pemasaran Bank Syari’ah Dengan Berpegang Pada Prinsip Haramnya Riba**”. Berdasarkan Kajian pustaka berikut ada beberapa penelitian dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

[illegible]

Hasil dari penelitian ini yakni strategi pemasaran pembiayaan murabahah oleh PT. Bank Mega Syari'ah Cabang Tangerang City adalah dengan menawarkan dua skema besar, pertama menggunakan skema wakalah dan skema tanpa wakalah. Sehingga melalui kedua skema tersebut PT. Bank Mega Syari'ah Cabang Tangerang City menyusun strategi pemasaran dengan mempertimbangkan beberapa unsur yakni produk, price dan promosi. Hal tersebut ditunjukkan untuk meminimalisir hambatan yang dihadapi dalam memasarkan pembiayaan murabahah (Ayubi, 2016).

Penelitian kedua dari skripsi yang ditulis oleh Denny Sarwani dengan judul “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Bank Syari'ah Mandiri KCP Pondok Pinang”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan implementasi yang dilakukan oleh Bank Syari'ah Mandiri dalam merekrut nasabah di dalam produk tabungan mabrur junior serta langkah yang diambil dalam merekrut masyarakat pada tahun pertama peluncuran produk tabungan mabrur junior. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah strategi yang dilakukan Bank Syari'ah Mandiri KCP Pondok Pinang terhadap tabungan mabrur junior untuk menarik minat nasabah dalam pemasaran yaitu dengan menjemput bola (mencari nasabah) di antaranya memprioritaskan pemasaran kepada pelajar. Bank Syari'ah Mandiri juga memaksimalkan media iklan untuk memasarkan produknya agar dikenal lebih luas oleh masyarakat (Sarwani, 2015).

Penelitian keempat berasal dari Skripsi yang disusun oleh Achmad Nizar Abdullah dengan judul “ Penerapan Bauran Pemasaran pada Produk Pembiayaan Griya di PT. Bank Syari’ah Mandiri Kantor Area Denpasar”. Tujuan dilakukannya penelitian ini yakni untuk mengetahui bauran pemasaran produk griya BSM dalam menarik minat masyarakat, untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank Syari’ah Mandiri

Penelitian kelima dari jurnal yang disusun oleh Ikhsan Nendi yang berjudul “ Implementasi Strategi Pemasaran Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) di Bank Muamalat Cabang Cirebon”. Tujuan dilakukan penelitian ini yakni untuk mengetahui perumusan strategi pemasaran, implementasi serta evaluasi yang digunakan oleh Bank Muamalat Cabang Cirebon. Metode penelitian yang digunakan yakni pendekatan kualitatif dengan melakukan studi pustaka. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Cabang Cirebon dalam memasarkan produk Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) yakni melalui prodmosi diberbagai media, bekerja sama dengan developer-developer, ustadz serta mengikuti berbagai macam event tertentu pada sebuah perkantoran, pusat perbelanjaan serta acara kemasyarakatan di tiap aktu dan berbagai tempat (Nendi, 2016).

Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan saran serta solusi untuk mengembangkan perbankan syari'ah dengan menerapkan metode IPD (*Islamic people Discuss*) sebagai strategi pemasaran. Agar bank mitra syari'ah dapat berkembang pesat dan menjadi salah satu bank syari'ah yang memelopori perkembangan ekonomi islam di Indonesia.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada penulis yakni sebagai pengetahuan yang berkaitan dengan implementasi Metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran terutama pada bank syari'ah agar perkembangan bank syari'ah di Indonesia semakin pesat.

Hasil penelitian ini untuk menambah daftar referensi UIN Sunan Ampel Surabaya khususnya pada

program studi ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berkaitan dengan tema implementasi etika bisnis Islam kepada mahasiswa maupun civitas akademik yang memiliki usaha rumah makan ataupun usaha lainnya.

1.7 Definisi Operasional

1.7.1 Strategi Pemasaran

Strategi bagi suatu perusahaan ialah perpaduan antara bagian tindakan proaktif manager untuk memperbaiki posisi pasar dan kinerja finansial perusahaan sekaligus reaksi yang diperlukan terhadap perkembangan dan kondisi pasar yang berubah serta tidak diharapkan. Strategi proaktif dan reaktif meliputi, faktor eksternal, faktor internal dan strategi. Faktor eksternal disini meliputi kondisi persaingan industri, preferensi konsumen, kondisi politik, ekonomi, kebijakan pemerintah, teknologi dan lingkungan. Sedangkan untuk faktor internal meliputi kekuatan serta kelemahan perusahaan dan kemampuan bersaing perusahaan. Untuk strategi disini meliputi bentuk strategi yang ditinggalkan dan strategi proaktif serta reaktif.

strategi pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan untuk

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bank syari'ah ialah suatu badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Adapun fungsi utama bank syari'ah sesuai dengan pengertian diatas yakni menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Ismail, 2011).

Sistem operasional bank syari'ah dengan bank konvensional berbeda. Bank syari'ah memberikan layanan bebas bunga pada nasabah. Dalam bank syari'ah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada peminjam dana di bank syari'ah. Kegiatan yang dilakukan bank syari'ah mengacu pada hukum Islam serta tidak membebaskan bunga maupun tidak membayar bunga

Undang-undang perbankan Syari'ah No. 21 Tahun 2008, menyebutkan bahwa perbankan syari'ah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syari'ah dan unit usaha syari'ah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha sekaligus cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syari'ah ialah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah. Menurut jenisnya terdiri dari bank umum syari'ah (BUS), unit usaha syari'ah (UUS) dan bank pembiayaan rakyat syari'ah (BPRS).

Secara terminologi riba merupakan suatu tambahan yang diambil oleh pemberi hutang dari penghutang sebagai tambahan atau pokok tambahan dari jangka waktu meminjam (Ghofur, 2016). Beberapa ulama juga mendefinisikan riba sebagai tambahan dari pokok hutang dalam jangka waktu meminjam. Dapat diketahui bahwa secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian riba ialah pengambilan

tambahan dalam suatu akad transaksi tertentu dengan disertai imbalan tertentu. Dengan kata lain, riba merupakan tindakan pengambilan tambahan dari harta pokok tanpa transaksi pengganti yang meligitimasi adanya penambahan tersebut.

Maksud dari transaksi pengganti yakni suatu transaksi bisnis atau komersial yang meligitimasi adanya penambahan secara adil misalnya transaksi jual-beli, gadai, atau transaksi bagi hasil suatu proyek. Dalam transaksi ijarah atau sewa menyewa, penyewa membayar upah sewa dengan alasan karena adanya manfaat sewa yang dinikmati, termasuk menurunnya nilai ekonomis suatu barang karena penggunaan penyewa. Adapun dalam transaksi jual beli, pembeli membayar harga atas imbalan barang yang diterimanya. Sedangkan untuk transaksi bagi hasil suatu proyek, pihak yang mendapatkan bagi hasil berhak menerima keuntungan karena disamping menyertakan modal juga turut serta menanggung kemungkinan resiko kerugian yang bisa saja muncul setiap saat (Nur, 2015).

Al-Qur'an menyebutkan bahwa penurunan pelarangan riba tidak sekaligus melainkan ada beberapa tahap yakni ada 4 tahap. Tahap pertama, menilai anggapan bahwa riba yang pada zahirnya seolah-olah menolong mereka yang

Bab II Kerangka Teoritis, pada bab ini berisi penjelasan teoritis sebagai dasar atau perbandingan analisis dalam melakukan penelitian. Teori yang diambil berasal dari sumber-sumber yang relevan sesuai dengan tema penelitian. Fokus bahasan pada bab ini yakni untuk mejabarkan teori mengenai konsep metode IPD (*Islamic People Discuss*), strategi pemasaran bank syariah serta perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Bab IV Data Penelitian, bab ini berisi tentang data penelitian atau hasil penelitian yang di dapat dilapangan. Data penelitian memuat deskripsi data terkait dengan variabel yang diteliti secara objektif yang tidak boleh di hubungkan dnegan pendapat atau pemikiran peneliti. Deskripsi hasil penelitian ini harus secara jelas dan lengkap sesuai dengan fokus penelitian serta metode pengumpulan data.

Bab V Analisi Data, bab ini menjelaskan tentang analisis atau pembahasan data penelitian yang telah dideskripsikan untuk menjawab masalah penelitian, menginterpretasikan hasil serta mengintegrasikan dalam kumpulan pengetahuan yang sudah ada, memodifikasi teori sekaligus membangun teori baru. Sumber yang digunakan untuk analisis data ini didapat dari hasil pemikiran peneliti sendiri dan dikonferensikan dengan beberapa teori terkait penelitian ini.

Bab VI Penutup, bab penutup ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dari penelitian ini harus dideskripsikan secara singkat, jelas dan padat dan harus merujuk pada rumusan masalah serta tujuan penelitian. Sedangkan saran tidak boleh melebihi ruang lingkup akan tetapi harus jelas ditujukan untuk siapa. Saran berisi tentang implikasi, tindak lanjut penelitian atau rekomendasi kepada peneliti lain.

BAB 2

KERANGKA TEORITIS

2.1 Strategi Pemasaran

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Departemen Pendidikan Nasional, 2012). Strategi merupakan penetapan tujuan jangka panjang yang didasarkan dari suatu organisasi serta pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan agar bisa mencapai tujuan tersebut (Kasmir, 2006). Sedangkan pemasaran memiliki arti proses, cara atau perbuatan untuk memasarkan suatu barang yang di perjual belikan. Pemasaran merupakan proses perencanaan, pemikiran serta pelaksanaan konsepsi, *pricing*, promosi serta pendistribusian barang atau jasa dalam menciptakan pertukaran agar mencapai tujuan atau sasaran yang sudah di tentukan oleh perusahaan (Akbar, 2010).

Apabila didefinisikan ke dalam kompetisi bisnis di era 1990-an mengatakan bahwa strategi merupakan menetapkan arah kepada manajemen dalam artian orang tentang sumber daya didalam bisnis atau tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan dalam pasar. Dengan kata lain, strategi mengandung dua komponen yakni : *future intentions* atau tujuan jangka panjang serta *competitive advantage* atau keunggulan bersaing (Dirgantoro, 2001).

Pemasaran berasal dari kata “pasar” yang berarti tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pemasaran merupakan suatu proses yang bersifat strategis dan sosial dalam menciptakan pelanggan dan menyediakan nilai yang menguntungkan serta lebih baik bagi pelanggan secara kompetitif (Sunny, 2003). Menurut Philip Kotler, Pemasaran merupakan suatu proses individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling bertukar produk serta nilai satu sama lain (Kotler, 1997).

Strategi pemasaran merupakan proses pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan oleh kondisi pesaing. Dengan demikian, strategi pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan untuk memperoleh hasil yang optimal. Dengan adanya strategi pemasaran maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu brand atau produk dapat mencapai tujuan dalam lingkungan bisnis yang semakin berkembang (Hasan, 2010).

Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian brand pada produk, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan lain

2.1.1 *Product* (Produkt)

2.1.2 Price (Harga)

2.1.2.1 Karakteristik Konsumen

2.1.2.2 Karakteristik Perusahaan

2.1.2.3 Karakteristik Persaingan

body language, ekspresi wajah, dan tutur kata, sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspektasikan.

2.1.6 *Process* (Proses)

Menurut Philit Kotler, proses ialah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya. Proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan dan menentukan mutu kelancaran penyelenggaraan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunaannya.

2.1.7 *Physical Evidance* (Lingkungan Fisik)

Bukti fisik menurut Philip Kotler yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada konsumen ataupun calon konsumen. Sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan, sehingga konsumen cenderung mengandalkan isyarat material. Ada beberapa contoh bukti fisik dalam hal-hal sebagai berikut :

2.1.7.1 Packaging (Kemasan)

2.1.7.2 *Internet/web pages* (Internet/halaman Web)

2.1.7.3 *Paperwork* (Dokumen seperti invoice, tiket dan catatan pengiriman)

2.1.7.4 Brochures (Brosur)

2.1.7.5 *Furnishings* (Perabotan)

2.1.7.6 *Signage* (seperti yang ada di kendaraan)

2.1.7.7 Uniforms (Seragam)

2.1.7.8 Business Cards (Kartu Nama)

2.1.7.9 *The Building itself* (Bangunan, kantor, markas)

Sedangkan secara spesifik pengertian pemasaran bagi lembaga keuangan atau jasa keuangan adalah (Muhammad, 2000):

2.1.1 Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang.

2.1.2 Menilai kebutuhan anggota dan calon anggota saat ini dimasa yang akan datang.

2.1.3 Menciptakan suatu sasaran pengembangan bisnis serta membuat suatu rencana untuk mencapai sasaran tersebut.

2.1.4 Melakukan promosi untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

Adapun fungsi dari strategi pemasaran yang baik dapat mencegah reaksi yang tidak tanggap terhadap suatu masalah dan bahkan membantu mengantisipasi masalah tersebut. Upaya strategi yang telah dipilih dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang dibangun berdasarkan konsep.

Fungsi strategi pemasaran antara lain (Hasan, 2009) :

- organisasi.
- 2.1.5 Sekaligus alat fundame
dengan mengembang
berkesinambungan dalam

Teori pemberdayaan dapat diartikan sebagai suatu

melepaskan keadaan ketidakmampuan, ketidakberdayaan, kehilangan, ketersisihan serta hal-hal yang berkaitan dengan kelemahan. Dari ulasan sebelumnya, pemberdayaan dapat di artikan mengubah dari yang tidak mampu menjadi mampu atau mengubah dari yang tidak berdaya menjadi kuat. Pemberdayaan sendiri ialah suatu metode dimana masyarakat, organisasi serta komunitas diarahkan agar mampu menguasai kehidupannya (Iwan & Herdiana, 2018).

Community Development adalah salah satu cara atau pendekatan yang menunjukkan keunikan dari suatu pekerjaan sosial serta membedakan profesi ini dengan profesi yang lain. Ada beberapa ahli yang mengklaim memiliki suatu keahlian dalam bekerja dengan individu, keluarga maupun kelompok. Akan tetapi, tidak banyak profesi yang berfokus pada keberfungsian klien dalam konteks organisasi, masyarakat dan kebijakan misalnya pekerjaan sosial.

[illegible]

Bank syari'ah merupakan bank yang memiliki aktivitas meninggalkan masalah riba serta tidak mengandalkan bunga atau lembaga keuangan maupun perbankan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah yakni mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits (Muhammad, 2005). Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008, Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan serta jasa-jasa lainnya yang memiliki alur pembayaran dan peredaran uang yang operasionalnya berdasar kepada prinsip-prinsip syari'ah (Entaresmen, 2016), tujuan didirikannya bank syari'ah yakni untuk :

- [illegible]

yang didasarkan oleh kesepakatan oleh dua belah pihak antara bank dan nasabah.

2.3.3 Prinsip kesamaan

Prinsip kesamaan ini dapat dilihat dari penempatan posisi nasabah serta bank yang sederajat. Prinsip kesamaan ini terwujud dalam hak, kewajiban, risiko serta keuntungan yang berimbang diantara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna maupun bank. Bank syariah adalah bank yang sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya baik imbalan yang diberi maupun diterima bank syariah menggunakan sistem konsep imbalan sesuai akad yang diperjanjikan. Ada beberapa perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional antara lain adalah :

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syari'ah dan Bank Konvensional

No.	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Pada bank syariah investasi hanya digunakan untuk proyek dan produk halal serta menguntungkan	Pada bank konvensional investasi tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2.	<i>Return</i> yang ada pada bank syariah dibayar dan/atau	<i>Return</i> yang ada pada bank konvensional baik yang

2.3.1 Penghimpun dana masyarakat

Dengan menyimpan uang di bank masyarakat juga akan mendapat keuntungan berupa *return* yang besarnya tergantung kebijakan masing-masing bank syariah serta tergantung hasil yang diperoleh. *Return* yang diberikan pada akad wadiah yakni berupa

Pembiayaan pada bank syari'ah dibagi menjadi beberapa jenis
antara lain :

- 1) Transaksi pembiayaan dengan menggunakan akad mudharabah dan musyarakah.
- 2) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa menyewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bit tamlik*.
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam serta istisna.
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh.

Pembiayaan pada bank syari'ah dibagi menjadi beberapa jenis
antara lain :

- [illegible]

Riba secara bahasa memiliki arti *ziyadah* atau tambahan. Secara bahasan riba juga berarti “tumbuh” dan “membesar”. Sedangkan menurut istilah riba berarti pengambilan tambahan dari harga pokok atau modal secara batil (zuhdi, 1994). Tambahan yang dimaksud disini yakni tambahan atau lebihan kuantitas dalam penjualan aset yang tidak boleh dilakukan dengan perbedaan kuantitas, tambahan dalam hutang yang harus dibayar karena pembayaran tertunda misalnya bunga hutang serta tambahan yang ditentukan dalam waktu penyerahan barang (Nur, 2015).

2.4.1 Pengertian Riba

Riba secara bahasa memiliki arti *ziyadah* atau tambahan. Secara bahasan riba juga berarti “tumbuh” dan “membesar”. Sedangkan menurut istilah riba berarti pengambilan tambahan dari harga pokok atau modal secara batil (zuhdi, 1994). Tambahan yang dimaksud disini yakni tambahan atau lebihan kuantitas dalam penjualan aset yang tidak boleh dilakukan dengan perbedaan kuantitas, tambahan dalam hutang yang harus dibayar karena pembayaran tertunda misalnya bunga hutang serta tambahan yang ditentukan dalam waktu penyerahan barang (Nur, 2015).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ (٢٧٨)

Sedangkan menurut pendapat Al-Maraghi (Al-Maraghi, 1946) bahwa tahap-tahap pembicaraan Al-Qur'an tentang riba sama dengan tahap-tahap dalam membicarakan *khamr* (minuman keras) yakni ada empat tahap dalam pengharamannya. Adapun tahap pertama hanya sekedar menggambarkan adanya unsur negatif di dalam riba. Hal tersebut dijelaskan pada firman Allah yakni surat Al-Rum ayat 39. Sedangkan untuk tahap berikutnya diperjelas pada firman Allah surat An-Nisa' ayat 160-161 :

فَظُلْمٌ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرٌ

(١٦٠) وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبُطْلِ ۖ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ

مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا (١٦١)

[illegible]

“maka jika kalian tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kalian bertaubat

menyeluruh dalam berbagai bentuknya dan digambarkan sebagai sesuatu yang sangat buruk serta tidak layak dilakukan oleh orang-orang mukmin, hal ini dijelaskan pada firman Allah surat Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ

“maka jika kalian tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kalian bertaubat

2.4.3 Jenis-Jenis Riba

Pembagian riba tersebut dapat diamklumi. Hal tersebut tidak dapat lepas dari cara penafsiran dan kajian yang berbeda yang dilakukan oleh para ulama fikih terhadap ayat-ayat Al-Qur'an dan hadist tentang riba. Akan tetapi riba disini di kelompokkan menjadi dua yang dilihat dari segi transaksi yakni (Ismail, 2011) :

1) Riba Qard

[illegible]

2) Riba Jahiliyyah

Misalnya pak karno meminjamkan uang pada pak budi sebesar Rp. 10.000.000 dalam jangka waktu pengembalian satu bulan. Apabila pak budi tidak dapat mengembalikan uang dalam waktu satu bulan maka, setiap bulan keterlambatan pembayaran akan dikenakan

b) Riba dari transaksi jual beli

Riba fadl merupakan suatu tambahan yang diberikan atas pertukaran barang yang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda. Barang yang menjadi objek pertukaran tersebut termasuk jenis barang ribawi. Dalam hal ini dilakukan oleh dua pihak yang melakukan transaksi pertukaran barang sejenis, akan tetapi satu pihak akan memberikan barang dengan jumlah, kadar atau takaran yang lebih tinggi. Maka kelebihan atas kadar atau takaran tersebut termasuk dalam riba.

Dalam Islam ada larangan melakukan pertukaran barang yang sejenis dengan takaran yang berbeda, akan tetapi diperbolehkan melakukan pertukaran antar barang

2) Riba Nasi'ah

Mislanya, pada tanggal 01 Juni 2019 mega meminjam jagung sebanyak 25 kg pada anis. Kemudian pada tanggal 01 Juni 2020 mega mengembalikan jagung sebanyak 30 kg pada anis. Perbedaan waktu disini yang membuat pengembalian barang oleh peminjam menjadi tinggi, akan tetapi transaksi tersebut merupakan riba.

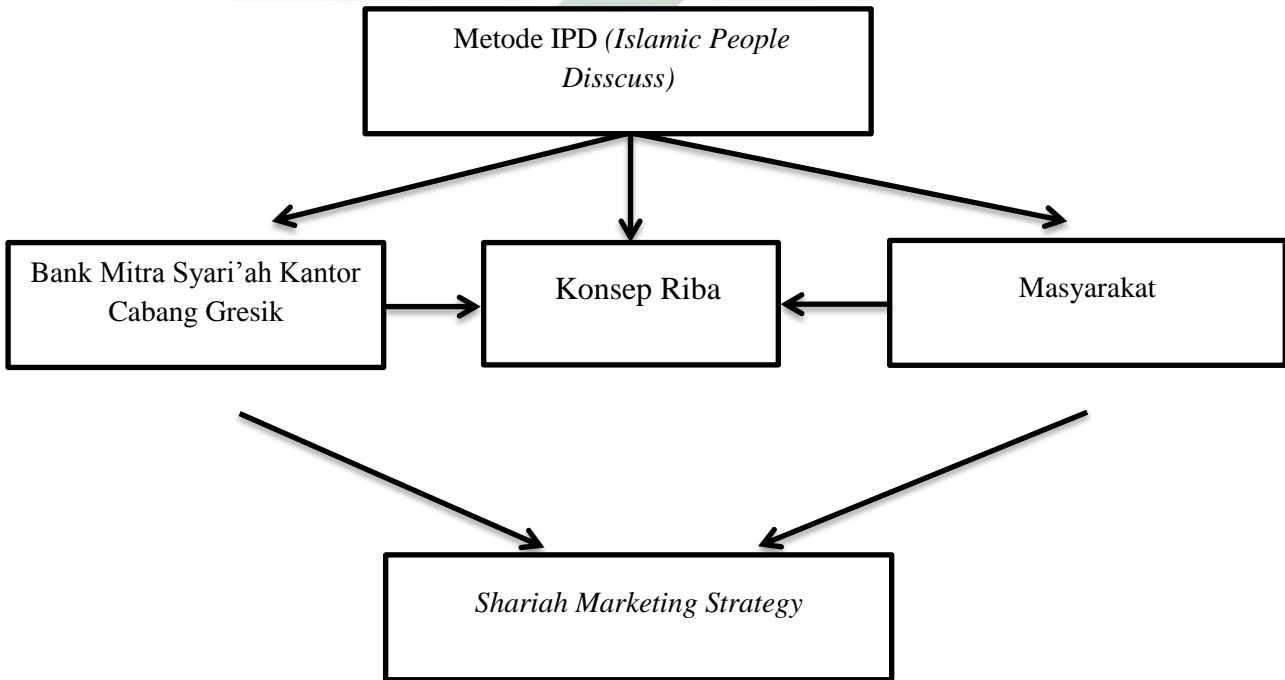
METODOLOGI PENELITIAN

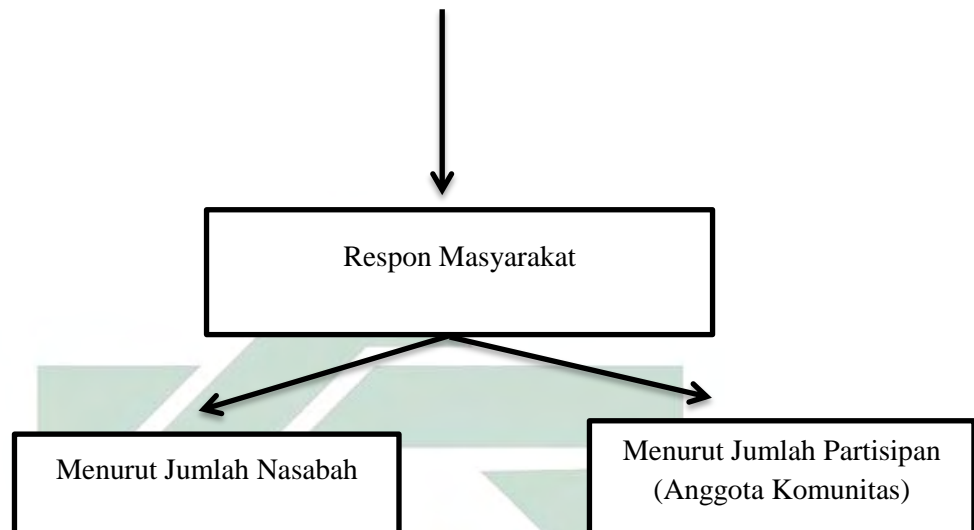
Metode penelitian merupakan cara yang menjelaskan rangkaian proses penelitian untuk mendapatkan data yang digunakan dengan tujuan tertentu. Dalam metode penelitian ada beberapa hal yang mencakup langkah-langkah dalam sebuah penelitian yakni penentuan topik, pengumpulan data serta analisis data (Sugiono, 2017 : 2). Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan tersebut diambil karena hasil penelitian ini akan dideskripsikan dari segala hal yang telah di dengar, diteliti dan diamati oleh peneliti. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang suatu gejala yang ada yakni gejala yang dianggap ada pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 1998). Dengan demikian, penelitian kualitatif dapat mengungkap peristiwa pada suatu subjek tertentu yang akan diteliti secara mendalam.

[illegible]

implementasi metode IPD (*Islamic Pe*)
sebagai strategi pemasaran bank syariah
meningkatkan perkembangan perbankan
lebih dikenal dan menjadi pilihan masva

3.2 Kerangka Konseptual





Dari kerangka konseptual tersebut dapat dijelaskan bahwa :

3.2.1 Metode IPD (*Islamic People Disscuss*) merupakan metode yang dirancang dalam bentuk organisasi atau komunitas. Tujuan metode ini ada untuk memberikan edukasi pada masyarakat mengenai perbankan syari'ah. Saat ini metode IPD (*Islamic People Disscuss*) masih akan di implementasikan serta bekerjasama dengan salah satu bank syari'ah untuk bisa mengedukasi masyarakat guna meningkatkan perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia. Sekaligus sebagai strategi pemasaran bank syari'ah.

3.2.2 Konsep metode IPD (*Islamic People Disscuss*) sendiri yakni akan menggandeng masyarakat khususnya yang paham dengan konsep ekonomi syari'ah serta masyarakat yang masih minim dengan fasilitas yang memadai apalagi kondisi geografis yang kurang mendukung. Oleh karena itu, pada pelaksanaan metode IPD

(*Islamic People Discuss*) akan dilakukan edukasi mengenai perbankan syariah secara umum dan untuk pemberian wawasan akan di konsep secara bertahap mulai dari gambaran perbankan syariah secara umum, konsep dasar perbankan syariah serta produk-produk perbankan syariah dan tak lupa sesuai dengan syariat Islam, sekaligus pemberian edukasi mengenai konsep riba yang dilarang oleh syariat. Tujuannya agar masyarakat sadar dan mengerti bagaimana hukum dari praktik riba serta mampu dan siap untuk mengajak masyarakat lain ikut menggunakan produk bank syariah.

3.2.3 Untuk proses implementasi metode IPD (*Islamic People Disscuss*) pada masyarakat nanti akan melihat respon masyarakat terkait pemaparan yang diberikan oleh pemateri yang berasal dari pihak bank yang bekerjasama. Serta juga melihat perkembangan jumlah nasabah pada bank yang bekerjasama.

3.2.4 Strategi pemasaran bank syari'ah menggunakan metode IPD (*Islamic People Disscuss*) indikator yang diambil dilihat dari jumlah nasabah bank syari'ah serta minat masyarakat untuk bergabung dalam metode IPD (*Islamic People Disscuss*) tersebut. Akan tetapi, metode IPD (*Islamic People Disscuss*) ini tidak ada unsur pemaksaan kepada masyarakat maupun bank syari'ah yang bekerjasama didalamnya. Namun, implementasi Metode IPD (*Islamic People Disscuss*) harus dilaksanakan sesuai dengan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini anatara lain :

3.3.1 Data Primer

3.3.2 Data Sekunder

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap kondisi, peristiwa atau fenomena pada objek penelitian. Dalam observasi ini peneliti akan meneliti secara langsung kondisi lapangan dengan melihat, mengamati hal-hal yang terjadi di lapangan. Dengan adanya observasi peneliti dapat mengetahui implementasi metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran Bank Mitra Syari'ah pada masyarakat.

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap kondisi, peristiwa atau fenomena pada objek penelitian. Dalam observasi ini peneliti akan meneliti secara langsung kondisi lapangan dengan melihat, mengamati hal-hal yang terjadi di lapangan. Dengan adanya observasi peneliti dapat mengetahui implementasi metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran Bank Mitra Syari'ah pada masyarakat.

Wawancara atau *interview* merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dengan berhadapan langsung, bercakap-cakap, baik antar individu dengan individu maupun individu dengan kelompok (Kuntha, 2010: 222). Peneliti

[illegible]

melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi dan data untuk penelitiannya. Proses wawancara ini dilakukan dengan *marketing leader* Bank Mitra Syari'ah Kantor Cabang Gresik. Sekaligus pihak-pihak yang ikut andil dalam pembentukan metode IPD (*Islamic People Discuss*). Adapun untuk narasumber yang akan di wawancarai atau yang menjadi sampel dalam metode IPD berjumlah 20 orang. Dalam hal ini ada beberapa kriteria yang digunakan untuk proses wawancara antara lain :

3.4.3 Dokumentasi

3.5.1 Editing

3.5.2 Organizing

[illegible]

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan tahapan-tahapan sebagai berikut :

[illegible]

Reduksi data merupakan suatu proses pemilahan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan serta transformasi data kasar yang berasal dari catatan-catatan di lapangan. Tujuan dari reduksi data yakni untuk memilah dan menyederhanakan data agar dapat difokuskan pada satu fokus yang menjadi tujuan penelitian. Langkah awal dalam reduksi data yakni dimulai dari pengumpulan data dengan membuat suatu ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat catatan lapangan dengan maksud untuk menyisihkan data yang tidak relevan. Oleh karena itu, data yang telah direduksi akan memberikan suatu gambaran yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh peneliti agar dapat melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3.6.3 Penyajian Data (*Display Data*)

sby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digi

3.6.4 Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan (*Verivication/ Conclusion drawing*)

3.7 Uji Keabsahan Data

[illegible]

3.7.1 Ketekunan Pengamatan

Melalui peningkatan ketekunan pengamatan, maka peneliti dapat mentelaah kembali data yang didapat itu sesuai atau tidak sekaligus dapat mendeskripsikan data yang akurat secara sistematis. Sebagai bekal peneliti dalam meningkatkan ketekunan pengamatan dengan cara membaca berbagai referensi atau dokumen terkait strategi pemasaran bank syari'ah serta respon masyarakat terhadap perbankan syari'ah.

Trianggulasi pada pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Trianggulasi disini dibedakan menjadi tiga yakni trianggulasi sumber, trianggulasi teknik serta trianggulasi waktu (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan trianggulasi sumber.

wawancara dengan data hasil observasi serta membandingkan wawancara sebelum diterapkannya metode IPD (*Islamic People Discuss*) dengan wawancara sesudah diterapkannya metode IPD (*Islamic People Discuss*).

**IMPLEMENTASI METODE IPD (*ISLAMIC PEOPLE DISCUSS*) SEBAGAI
STRATEGI PEMSARAN BANK SYARI'AH DENGAN BERPEGANG
PRINSIP HARAMNYA RIBA**

4.1.1 Sejarah Bank Mitra Syari'ah

Melihat kondisi dan tujuan tersebut diatas, beberapa investor yang selama ini banyak berkecimpung di berbagai bidang usaha, dan para tokoh masyarakat yang aktif dalam pengembangan Masyarakat Ekonomi Syari'ah dan Majelis Ekonomi Muhammadiyah Jawa Timur terinspirasi untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha mikro, khususnya yang berbasis syari'ah di lingkungannya, dengan berencana mendirikan BPR Syari'ah yang berdomisili di Gresik. Dan untuk mewujudkan keinginan dan cita-cita tersebut, dibentuklah suatu tim pendirian BPR Syari'ah yang dikoordinir oleh team Pendirian BPR Syari'ah yang cukup

BPR Syari'ah ini didirikan dalam bentuk badan usaha Perseroan Terbatas (**PT**) dengan nama PT. BPR Syari'ah Mandiri Mitra Sukses, dengan surat kelengkapan usaha sebagai berikut:

- #### 4.1.2 Visi dan Misi Bank Mitra Syari'ah

Menjadi Bank yang sehat, tumbuh berkembang dan dipercaya oleh masyarakat serta menjadi Bank yang Rahmatan Lil'alamin.

[illegible]

assurance atau yang melakukan penilaian terhadap kinerja layanan bank.

4) *Security*

Dalam hal ini *security* memiliki tugas dan wewenang yakni bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan keamanan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan, ancaman keamanan atau yang membuat keonaran dilingkungan kantor sekaligus bertanggung jawab menjaga dan memelihara seluruh aset yang ada dilingkungan kantor dari ancaman kejahatan serta membantu karyawan kantor Bank Mitra Syari'ah melayani customer disaat jam kantor.

5) *Office Boy*

Tugas *office boy* yakni bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan dan merawat alat-alat dan gedung kantor, melayani perintah yang menjadi kebutuhan akntor maupun karyawan. Menyediakan minuman untuk tamu dan semua karyawan kantor dan membantu menoperasikan mesin foto copy jika dibutuhkan.

c) Bagian Marketing

1) Marketing Funding

Tugas dari marketing fundimg adalah untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang memiliki dana lebih untuk menyimpan dananya ke dalam bank dalam bentuk produk yang

2) Marketing Lending

Fungsi dari marketing lending adalah untuk menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun oleh marketing funding kepada masyarakat, lembaga/instansi, ataupun pihak swasta dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan. Fungsi marketing lending adalah mencari nasabah (pihak ketiga) yang membutuhkan dana untuk keperluan individu maupun kepentingan guna mengembangkan perusahaannya dalam bentuk pinjaman yang ditentukan sesuai dengan syarat pembiayaan.

3) Marketing Mikro

[illegible]

- i. Foto copy KTP
- ii. Isi formulir pendaftaran menjadi anggota tabungan IB Mitra Investasi
- iii. Untuk pembukaan buku tabungan gratis
- iv. Setoran awal \geq Rp 500.000,00

Simpanan yang dapat digunakan untuk membantu bisnis/usaha khususnya untuk pedagang pasar dan memperoleh bonus diakhir bulan. Persyaratan pembukaan rekening tabungan IB Mitra Usaha Mikro:

- i. Foto copy KTP
- ii. Isi formulir pendaftaran menjadi anggota tabungan IB Mitra Usaha Mikro
- iii. Untuk pembukaan buku tabungan gratis
- iv. Setoran awal Rp 10.000,00 – Rp 50.000,00

Tabungan yang banyak guna dan manfaat untuk yang ingin ibadah haji, umroh, wisata religi, qurban, pernikahan dan rencana mulia lainnya. Persyaratan Tabungan Umroh / haji :

- ## 5) Deposito

b) Produk Pembiayaan:

- [illegible]

- 2) Murabahah Palugada (konsumtif) / dalam pasar.
- 3) Pembiayaan Reguler Umum untuk pengusaha dan pribadi (karyawan dan pegawai).
- 4) Murabahah Roda Dua (kepemilikan R2).

5) Pembiayaan Gadai Syari'ah Persyaratan pembiayaan gadai syari'ah:

- i. Foto copyy KTP
- ii. Pembukaan rekening tabungan IB Mitra Usaha Mikro
- iii. Pengisian formulir pendaftaran rekening tabungan
- iv. Setoran awal tabungan Rp 10.000,-
- v. Jika sudah mempunyai rekening tabungan tidak perlu membuka rekening tabungan, karena fungsi dari rekening tabungan ini untuk *dropping* dana, untuk pembayaran *mark up* perbulannya, dan untuk pelunasan.

- 1) Pembiayaan *Mudharabah*. Merupakan solusi bagi pelaku usaha yang membutuhkan modal kerja dengan skema bagi hasil.

- 2) Pembiayaan *Musyarakah*. Merupakan solusi bagi pelaku usaha yang menginginkan tambahan modal usaha, dikarenakan usahanya
 - 3) Pembiayaan *Murabahah*. Solusi bagi pelaku usaha yang memerlukan berbagai macam kebutuhan usahanya dengan cara jual beli dan bisa diangsur mingguan atau bulanan.
- c) Produk Pelayanan Jasa:
- 1) *Ijarah* Multiguna Adalah jasa yang diberikan Bank Mitra Syari'ah untuk pendidikan, biaya rumah sakit, dan lainnya.
 - 2) Akad *Ijarah Muntahiyah* Merupakan jasa yang diberikan Bank Mitra Syari'ah untuk sewa tempat dan sarana usaha.
 - 3) *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik* Merupakan produk Bank Mitra Syari'ah untuk pembelian kendaraan bermotor, elektronik, dan lain-lain.
 - 4) Jasa Penitipan (Akad *Rahn* / Gadai) Merupakan produk jasa untuk pemenuhan kebutuhan dengan cara Gadai Syari'ah.

4.1.5 Strategi Pemasaran Bank Mitra Syari'ah Kantor Cabang Gresik

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana atau proses untuk memasarkan, mengenalkan dan menginformasikan produk-produk yang ada pada perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mempengaruhi

Bank Mitra Syari'ah Cabang Gresik sebagai perusahaan yang merupakan lembaga keuangan yang berbasis perbankan syari'ah dalam menyampaikan informasi atau kegiatan marketing tidak serta merta menyampaikan informasi tentang produk-produk yang tersedia saja, akan tetapi juga memberikan informasi tentang definisi apa yang disebut dengan Bank Mitra Syari'ah secara detail dan terperinci kepada calon nasabah, masyarakat, dan pedagang pasar di kabupaten Gresik. Penyampaian informasi tersebut dapat dilakukan melalui pendekatan promosi pada masyarakat dengan membangun interaksi yang tepat, penyediaan brosur yang menarik, dan sebagainya. Namun, dalam informasi ini tidak memiliki kelengkapan untuk tentang penjelasan mengenai Bank Mitra Syari'ah sebenarnya dan bagaimana produk-produk yang disediakan. Promosi sendiri dapat dikategorikan efisien dan efektif bila masyarakat dapat memahami, mengetahui, dan tertarik dengan hal-hal yang ada di dalam Bank Mitra Syari'ah.

[illegible]

a) *Personal Selling*, metode ini memiliki 3 kriteria yang sudah ditetapkan oleh pihak bank yakni antara lain :

“ saya sebagai seorang PLM, pengetahuan mengenai produk-produk yang saya tawarkan pada nasabah harus sesuai keterangan dan dijelaskan pada nasabah secara singkat padat dan jelas. Kita sebagai PLM akan tanggap respon masyarakat dengan sopan dan lembut. Hal ini dilakukan agar rasa ketertarikan seorang nasabah bukan hanya pada produk-produk yang ditawarkan melainkan juga dengan pelayanan yang kami berikan dan itu murni untuk kenyamanan nasabah” (Wawancara dengan Eka Mei Putri sebagai PLM Pasar Balongpangang).

[illegible]

“kita sebagai PLM juga kadang kala melakukan negosiasi pada nasabah yang baru dan masih belum mengerti operasional dari bank mitra syari’ah sendiri” (Wawancara dengan Eka Mei Putri PLM Pasar Balongpanggang).

Dalam konteks islam melakukan negosiasi semacam ini yang terpenting saat transaksi berlangsung antaradlin atau pihak bank mitra syari'ah dan calon nasabah sepakat dengan transaksi tersebut (suka sama suka). Oleh karena itu negosiasi sangatlah penting bagi calon nasabah yang masih ragu.

- [illegible]

“pelayanan yang diberikan bank mitra syari’ah membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah di bank mitra syari’ah, tidak hanya pelayanan mereka tapi juga komunikasi antara PLM dan nasabah terjalin sangat erat” (wawancara dengan ibu Sumaiyah salah satu nasabah).

Rasulullah SAW mengajarkan untuk menjalin hubungan baik antar manusia dengan manusia yang lain (hablumminannas) apalagi dengan nasabah sesama muslim hal ini sangat dianjurkan.

b) Mass Selling

- 1) Periklanan, Bank Mitra Syari'ah Cabang Gresik melakukan kegiatan promosi melalui iklan dari berbagai media dan dalam proses promosi harus dilakukan dengan kejujuran dalam menyampaikan produk-produk pada masyarakat sekaligus penerapan produk tersebut sesuai dengan syariat islam, media tersebut antara lain :

resmi http://bankmitrasyari'ah.com/?page_id=267 disana sudah tertera informasi berupa profil singkat Bank Mitra Syari'ah, produk-produk yang disediakan, dan juga berbagai info menarik seputar hadiah-hadiah bila menjadi nasabah. Berikut ini adalah salah satu promosi hadiah yang dilakukan menggunakan media website.



ii. Brosur, “kami memberikan brosur kepada masyarakat secara langsung dengan sedikit penjelasan”. Dalam media ini pihak bank memberikan wacana menarik bagi masyarakat pasar kota dengan memberikan

Dengan begitu kepercayaan masyarakat akan Bank

3) *Sales Promotion*, dalam setiap tugas seorang PLM diwajibkan untuk memberikan kesan baik berupa komunikasi yang sopan dan tepat agar masyarakat memiliki minat untuk membeli produk dan juga untuk agar nasabah yang telah membeli produk, melakukan pembelian untuk produk lainya juga.

berkomunikasi dengan manusia lain harus dengan tutur kata yang lembut dan sopan, agar mereka merasa nyaman dan tenang dengan apa yang akan kita sampaikan.

[illegible]

masyarakat melalui komunikasi secara langsung dengan PLM.

“Disini masyarakat dapat memberikan kritik maupun saran untuk pihak bank melalui saya sebagai PLM ataupun langsung hubungi kantor, karena kami menerima kritik maupun saran demi kemajuan Bank Mitra Syari’ah”. (Wawancara dengan Eka Mei Putri selaku petugas PLM Bank Mitra Syari’ah).

Adapaun melalui sarana telepon dan email yang telah

tersedia di pada profil Bank Mitra Syari'ah Cabang Gresik.

Kritik dan saran diperlukan agar ketika pelayanan yang diberikan oleh pihak bank belum optimal, disisi lain perbankan syari'ah seperti Bank Mitra Syari'ah yang merupakan satu-satunya bank syari'ah yang berada langsung ditengah-tengah masyarakat membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari nasabah maupaun masyarakat itu sendiri dibutuhkan, apabila pihak bank keluar konteks dari pemahaman syariat Islam itu sendiri.

4.2 Konsep Metode IPD (*Islamic People Discuss*)

Metode IPD (*Islamic People Discuss*) adalah sebuah metode yang sudah dirancang dalam bentuk organisasi. Di dalamnya terdapat sekelompok masyarakat yang mendiskusikan tentang pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang mengacu pada perkembangan sistem pembayaran tunai maupun non tunai, perbankan di Indonesia dan lain sebagainya menggunakan prinsip yang tidak dilarang Islam dengan pedoman pada sumber hukum Al Quran dan Hadist.

Dalam metode ini, setiap individu yang dibentuk dalam sebuah komunitas akan diberikan edukasi tentang sistem perbankan syari'ah di Indonesia, investasi untuk masa depan yang berbasis syari'ah dan usaha syari'ah lainnya. Akan tetapi, kegiatan ini tidak mengharuskan individu melakukan kerjasama dengan bank syari'ah karena persepektif setiap orang terhadap sesuatu berbeda-beda. Tidak hanya edukasi saja, untuk proses atau kegiatan yang ada dalam komunitas ini semua diatur oleh

Oleh karena itu, metode ini tidak memaksa anggota yang ikut untuk kerjasama dengan bank syari'ah terserah individunya sendiri, tapi keinginan terbesar agar tujuan adanya metode ini tercapai adalah individu menggunakan produk bank syari'ah dari yang dulu sudah menggunakan produk bank konvensional berpindah menggunakan produk bank syari'ah dan untuk yang belum menggunakan produk perbankan maka langsung menggunakan produk bank syari'ah, agar tujuan pemerintah Indonesia menjadikan perekonomian Indonesia yang berbasis syari'ah bisa terwujud. Terlebihnya untuk terhindar dari hal yang akan berdampak negatif pada diri baik di dunia maupun di akhirat. Maka dari itu, memulai hal baik dari dalam diri sendiri terlebih dahulu baru menyebarkan kebaikan pada orang lain agar merasakan kebahagiaan bersama.

4.3.1 Proses Penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) pada Masyarakat

[illegible]

“kalau ingin bekerjasama silakan saja dan menurut saya metode yang anda jelaskan tersebut dapat berdampak baik pada bank mitra syari’ah. Kalau untuk bantuan kami juga akan mengizinkan anda memilih kantor kas yang sekiranya dekat dengan lokasi penerapan metode tersebut”. Setelah mendapat persetujuan dari Direktur Utama Bank Mitra Syari’ah, kemudian meminta persetujuan dengan Kepala Kantor Kas Balongpanggang yakni Bapak Rouf, dengan hasil wawancara sebagai berikut :

Setelah mendapat persetujuan dari Bank Mitra Syariah dan memilih petugas yang akan mendampingi untuk terjun lapangan, langkah selanjutnya yakni meminta perizinan pada jamaah fatayat Kecamatan Balongpanggang untuk lokasi penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*). Penerapan Metode IPD (*Islamic People*

“untuk jumlah jamaah fatayat ini keseluruhan kurang lebih 50 orang. insya Allah kalau nanti tidak ada halangan akan ikut berpartisipasi semua. Tapi kalau banyak yang halangan saya usahakan setengah dari jamaah ikut berpartisipasi.”

“kalau anda mau, biasanya kami (jamaah fatayat) melakukan kumpul rutin yakni untuk pembacaan yassin dan tahlil. Dan rencan minggu ini kegiatan tersebut dilakukan di rumah ibu eni. Rumah beliau juga tidak jauh dari sini (pasar). Tapi kegiatan kumpul ini dilakukan malam hari, kalau anda ingin nanti saya koordinasi sama tuan rumah dan jamaah lainnya agar mereka mempersiapkan diri.”

[illegible]

Untuk materi mengenai konsep metode ini dibuat manual oleh peneliti sedangkan untuk materi keuangan syariah dan konsep riba di buat peneliti dibantu dengan Bank Mitra Syariah. Adapun contoh materinya sebagai berikut :





“kalau memang anda membutuhkan responden lebih dari jumlah yang datang saat ini, saya bisa bantu dengan menjadwalkan perkumpulan selanjutnya dengan yang berhalangan hadir saat ini, tapi kalau memang anda berkenang boleh secara langsung datang ke rumah mereka nanti saya kasih alamat mereka.”

Sesuai dengan jumlah responden yang digunakan untuk penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) yakni berjumlah 20 responden. Adapun data jamaah yang memnuhi kriteria dalam

“kalau ada urusan yang lebih penting terpaksa saya harus mendahulukan urusan tersebut, akan tetapi saya tidak akan keluar dari komunitas tersebut. Lebih baik saya izin.”

4.3.2 Respon Masyarakat Terhadap Metode IPD (*Islamic People Discuss*)

[illegible]

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dan dikuatkan dengan dokumentasi, ada beberapa kelebihan dan kekurangan dalam penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran Bank Syari'ah. Adapun Kekurangan dan Kelebihan penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*) adalah sebagai berikut :

4.3.3.1 Kelebihan Penerapan Metode IPD (*Islamic People Discuss*)

- [illegible]

- Bank.
- d) Memperkuat tali silaturahmi antar saudara sekaligus menambah relasi baru dan wawasan.
 - e) Dapat berkonsultasi langsung dengan pihak bank yang dijadikan pilihan untuk melakukan transaksi perbankan lainnya. Meskipun tidak menjangkau seluruh bank tersebut.
- ### 3.2 Kekurangan Penerapan Metode IPD (*Islamic P*

3.2 Kekurangan Penerapan Metode IPD (*Islamic P*

- a) Kondisi pandemi menjadi penghambat penerapan metode ini dikarenakan penerapan metode ini harus dilakukan secara tatap muka dan mengundang kerumunan. Apabila dilakukan secara online, hasilnya kurang maksimal.
- b) Kurangnya jangkauan kerjasama dengan bank lain. Dikarenakan penerapan metode ini membutuhkan masyarakat yang belum mengenal bank tertentu.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Konsep metode IPD (*Islamic People Discuss*) yang diterapkan sebagai strategi pemasaran bank syari'ah berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep yang dibuat dapat diterapkan dan diterima baik oleh bank Syari'ah maupun oleh masyarakat. Dalam hal ini, konsep metode IPD (*Islamic People Discuss*) mengacu dan didasari oleh teori *community development* dan pemberdayaan masyarakat, sesuai dengan teori tersebut metode IPD (*Islamic People Discuss*) dirancang agar mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat. Tujuan dari penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) yakni untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perekonomian di Indonesia khususnya keuangan islam.

[illegible]

Disamping itu konsep penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) masih harus di perbaiki mulai dari konsep yang harus disusun dengan baik, materi yang di berikan sekaligus pihak yang ikut andil atau anggota. Sekaligus proses penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) tidak hanya bekerjasama dengan satu bank syari'ah saja untuk kedepannya. Setelah dibentuknya komunitas IPD (*Islamic Peolpe Discuss*) kegiatan maupun operasional internal diserahkan semua pada anggota khususnya kesadaran dari masing-masing individu utamanya pemimpin agar lebih aktif untuk merangkul anggotanya agar komunitas IPD (*Islamic People Discuss*) bisa berkembang dan meluas.

Komunitas ini lebih memfokuskan pada pemahaman mengenai konsep keuangan islam dan riba pada masyarakat. Antara Bank Mitra Syari'ah dan metode IPD (*Islamic People Discuss*) saling berhubungan baik dari penyusunan konsep, pembuatan materi maupun pemilihan kriteria yang sesuai dengan penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*). Hal tersebut, dilakukan agar responden yang pertama kali mengetahui konsep dari metode IPD (*Islamic People Discuss*) menjadi lebih paham dan bisa memberikan rekomendasi kepada masyarakat yang lainnya agar antara satu individu dan individu lain bisa berkembang bersama dan mencapai tujuan bersama.

[illegible]

Dalam hal ini, perbankan syari'ah bisa berkontribusi dalam perekonomian Indonesia dengan mengalami perkembangan yang baik. Bahagiannya, tahun-tahun terakhir ini perbankan syari'ah juga mengalami pertumbuhan dan kedepannya akan lebih baik lagi dan bisa menyamai bank konvensional. Meskipun perbankan syari'ah mengalami pertumbuhan tetapi, masih ada kendala-kendala yang harus dihadapi dan sudah tertera di sebelumnya. Oleh karena itu, metode IPD (*Islamic People Discuss*) juga berperan meminimalisir kendala-kendala tersebut. Penarapan metode IPD (*Islamic Pople Discuss*) tidak langsung secara merata, tapi masih di tahap awal dan memilih beberapa masyarakat yang mengetahui konsep keuangan islam dan riba agar memperkuat pengetahuan mereka dan bisa memberikan rekomendasi pada yang lainnya.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode IPD (*Islamic People Discuss*) penting diterapkan dalam kondisi seperti ini dan

Berdasarkan hasil penelitian pada saat penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) yang bekerjasama dengan Bank Mitra Syari'ah sekaligus mengajak jamaah fatayat muslimat Kecamatan Balongpanggang sebagai partisipan dan pihak yang berperan dalam penerapan metode ini. Dari 20 responden yang digunakan dalam penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) mayoritas memberikan respon positif sekaligus memberikan kritik dan saran untuk perkembangan metode IPD (*Islamic People Discuss*) kedepannya. Hal tersebut, dapat dijadikan tolak ukur dan motivasi dalam mengembangkan metode IPD (*Islamic People Discuss*).

[illegible]

5.3.1 Sebagai respon organisasi dalam menanggapi dan menyesuaikan diri pada lingkungan siklus bisnis, dapat diartikan bahwa metode IPD (*Islamic People Discuss*) yang diterapkan sebagai salah satu strategi pemasaran bank syariah menunjukkan bahwa perusahaan atau instansi tersebut dapat menyesuaikan dan memberikan tanggapan kepada lingkungan sekitar sekaligus lingkungan bisnisnya.

5.3.3 Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi. Hal ini sudah terlihat dikarenakan sumber daya dan usaha organisasi atau bank syariah akan lebih berkembang dan lebih mempelajari hal baru diluar kondisi internal organisasi.

5.3.4 Sebagai salah satu kunci keberhasilan dan alat fundamental untuk mencapai tujuan. Pada dasarnya strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Terlebih ini memberikan perbedaan antara strategi pemasaran perusahaan satu dan perusahaan lain.

Penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) mendapatkan respon yang baik dari Bank Mitra Syari'ah. Oleh karena itu, Bank Mitra Syari'ah bersedia untuk berpartisipasi dalam penerapan ini. Selain itu, penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) juga memberikan dampak positif bagi Bank Mitra Syari'ah yakni masyarakat sekitar yang dulunya belum mengetahui sekarang sudah mengetahui dan bersedia menggunakan produk Bank Mitra Syari'ah dibuktikan dengan responden yang membuka rekening tabungan di bank mitra. Selain itu pelayanan yang diberikan bank syari'ah juga diterima baik oleh masyarakat karena sesuai kebutuhan mereka.

PENUTUP

Hasil dari implementasi metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran Bank Syari'ah dengan prinsip haramnya riba, dapat disimpulkan sebagai berikut :

6.1.2 Respon masyarakat terhadap metode IPD (*Islamic People Discuss*)

sangat beragam ada yang positif dan mendukung ada juga yang negatif. Memang metode ini baru diterapkan dan mengundang banyak pemikiran orang. untuk penerapan pertama kali ini masih belum banyak orang yang ikut partisipasi, tapi mereka akan

memeberikan rekomendasi kepada kerabat maupun orang terdekat mereka untuk berkontribusi dalam pengembangan metode ini.

6.1.3 Pada penerapan metode IPD (*Islamic People Discuss*) sebagai strategi pemasaran bank syari'ah tidak lepas dari dasar yang menjadikan fondasi adanya metode ini. Dasar tersebut yakni konsep riba, meskipun sistem perbankan syari'ah sudah menerapkan prinsip haramnya riba, tapi dalam metode ini akan diperkuat lagi. Dengan memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai konsep riba sebelum memberikan pemahaman mengenai perbankan syari'ah .

6.2 Saran

Hasil dari penelitian mengenai implementasi metode IPD (*Islamic People Discuss*) ini masih belum sepenuhnya bisa dijadikan sebagai strategi pemasaran bank syari'ah. Akan tetapi masih bisa ditinjau ulang untuk bisa dijadikan tolak ukur strategi pemasaran bank syari'ah. Agar kedepannya bank syari'ah dapat mudah dikenal banyak kalangan masyarakat dan dapat berkontribusi untuk mewujudkan sistem perekonomian islam di Indonesia. Sekaligus memeberikan lebih banyak edukasi mengenai sistem keuangan syari'ah dan konsep riba pada seluruh lapisan masyarakat. Untuk peneliti selanjutnya agar metode dari penelitian ini di perbaiki dengan menggunakan metode *action riset*.

